

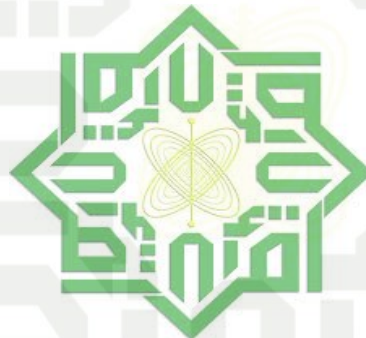


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH *RESPONSIVENESS* DAN *TANGIBLES* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RIAK
DANAU PELALAWAN MENURUT
EKONOMI ISLAM**

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.E)



UIN SUSKA RIAU

OLEH:

EKO HASAN
11625104174

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"PENGARUH RESPONSIVENESS DAN TANGIBLES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RIAK DANAU PELALAWAN MENURUT EKONOMI ISLAM"** yang ditulis oleh:

Nama : EKO HASAN
NIM : 11625104174
Program Studi : Ekonomi Syariah

telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 11 Januari 2021
Waktu : 08.00 WIB s/d Selesai
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Januari 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Heri Sunandar, MCL

Sekretaris
Rozi Andrini, ME

Penguji I
Donnius, S., MM

Penguji II
Parnilawati, SE., M.Si

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
NIP. 19580712 1986031 005





ABSTRAK

Eko Hasan (2020) : “Pengaruh *Responsiveness* Dan *Tangibles* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Riak Danau Pelalawan Menurut Ekonomi Islam”

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena yang ada dimana daya tanggap (*responsiveness*) dan bukti fisik (*tangibles*) dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena hal tersebut berkaitan langsung dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, pelayanan yang tanggap dan kecukupan sarana dan prasarana akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Tujuan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *responsiveness* dan *tangibles* terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Riak Danau Pelalawan dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam tentang *responsiveness* dan *tangibles* terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Riak Danau Pelalawan.

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Riak Danau Pelalawan yang di Jl. Lintas Timur Sorek Satu Kabupaten Pelalawan. Populasinya sebanyak 61.780 orang diambil dari data tahun 2018. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang terdiri dari pemilik, pegawai dan pelanggan rumah makan, yang diambil berdasarkan rumus *Rata-Rata* pengambilan populasi, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*.

hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 11.558 + 0.719X_1 + 0.316X_2 + e$ artinya bahwa variabel *responsiveness* dan *tangibles* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Secara parsial variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.781 > 1.987$. dan variabel *tangibles* juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.402 > 1.987$. Secara simultan *responsiveness* dan *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $48.487 > 3.09$. Untuk uji R^2 sebesar 0.500. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*responsiveness* dan *tangibles*) terhadap naik turunnya variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah sebesar 50,0% dan sisanya 50.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas didalam penelitian ini.

Dalam tinjauan Ekonomi Islam, pengaruh *responsiveness* dan *tangibles* terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Riak Danau telah sesuai dengan syariat islam, dari sisi *Responsiveness* meliputi: melayani dengan profesional, bersungguh-sungguh, melayani dengan ramah serta menjalin hubungan yang baik kepada pelanggannya dan dalam sisi bukti fisik meliputi: lingkungan yang bersih, sarana dan prasarana yang telah memadai serta tersedianya tempat parkir yang luas sedangkan dari sisi kepuasan konsumen meliputi: Terpenuhi kebutuhan pokok, adanya maslahat dan manfaat yang didapat, terdapat berkah ketika mengkonsumsinya serta terjamin kehalalan produk nya. Dari praktek yang dijalankan oleh Rumah Makan Riak Danau maka tidak ada ditemui indikasi yang bertentangan dengan syariat islam.

Keyword : *Responsiveness*, *Tangibles* dan Kepuasan Konsumen

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah *subhanahu wata'ala*, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Sholawat dan salam senantiasa dikirimkan kepada Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam* yang telah berjuang membawa umatnya dari alam kegelapan hingga ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh *Responsiveness* Dan *Tangibles* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Riak Danau Pelalawan Menurut Ekonomi Islam”** berguna untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dukungan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya dan sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini, di antaranya:

1. Teristimewa buat Ayahanda “Basril” dan Ibunda “Emilia Gusti” yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, mendorong, memotivasi dan memberikan cinta dan kasih sayangnya hingga hari ini.
2. Saudara penulis, Helmi Suryani Putri, Wirda Rahma Juni dan Diva Afriani yang senantiasa mendoakan dan membantu penulis dalam perkuliahan ini. serta segenap sanak keluarga yang senantiasa mendoakan penulis.
3. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. H. Heri Sunandar, M.Cl selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Maghfirah,



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

M.A selaku wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

6. Bapak Dr. Syahpawi S.Ag, M.Sh selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Nur Hasanah Bustam, SE,MM yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya buat penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Bapak Dr. H. Heri Sunandar, M.Cl selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah membimbing penulis selama menjalani perkuliahan.
9. Bapak/ Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa mengerti apa yang belum penulis mengerti.
10. Terimakasih kepada Bapak Marjuki Tanjung selaku pemilik rumah makan riak danau yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ditempat usaha nya.
11. Terima kasih juga buat sahabat-sahabat terbaik Muhammad Sani, Dwika Agung Setiawan, Ryan Agung, Dinno Surya Indra Dahliana, Erika Pratiwi Sitepu dan Amelia. yang telah membantu penulis dalam perkuliahan ini.
12. Keluarga Eksyar. A, keluarga KKN desa Sesap dan Tim Magang PKPU HI Riau yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
13. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Do'a dan harapan penulis semoga Allah *subhanahu wata'ala* membalas budi baik semua pihak dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia ini terlebih di akhirat kelak. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin*.

Demikianlah skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, harapan penulis semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membutuhkan, kepada Allah *subhanahu wata'ala* penulis menyerahkan diri dan memohon pertolongan.

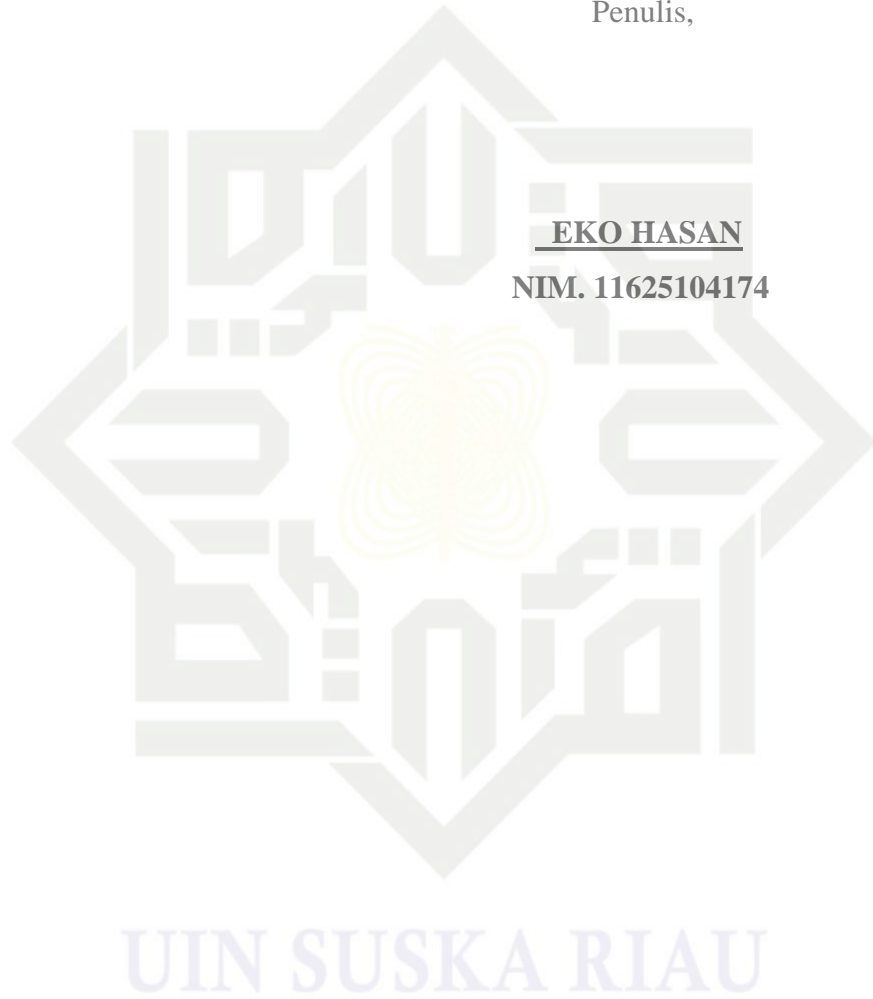
Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, 11 Januari 2021

Penulis,

EKO HASAN

NIM. 11625104174



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	12
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	12
E. Metode Penelitian.....	13
F. Kerangka Teori.....	22
G. Hipotesis.....	24
H. Penelitian Terdahulu	24
I. Sistematika Penulisan.....	26
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Singkat Rumah Makan Riak Danau	28
B. Visi Dan Misi Rumah Makan Riak Danau	29
C. Struktur Organisasi.....	29
D. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab Struktur organisasi	30
BAB III TINJAUAN TEORITIS	
A. Kualitas Pelayanan	32
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	32
2. Teori Kualitas Pelayanan	34
3. Indikator Kualitas Pelayanan	36
4. Kualitas Pelayanan Menurut Pandangan Islam.....	37
B. <i>Responsiveness</i> (Daya Tangkap).....	38
1. Pengertian <i>Responsiveness</i>	38
2. <i>Responsiveness</i> Menurut Pandangan Islam.....	40



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	43
1. Pengertian <i>Tangibles</i>	43
2. Dimensi <i>Tangibles</i>	44
3. <i>Tangibles</i> Menurut Pandangan Islam	45
D. Kepuasan konsumen.....	47
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	47
2. Teori Kepuasan Konsumen	48
3. Metode Pengukuran Kepuasan	49
4. Indikator Kepuasan Konsumen	51
5. Kepuasan Konsumen Menurut Pandangan Islam	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	54
B. Deskriptif Variabel.....	56
C. Analisis Variabel penelitian	58
D. Uji Instrument penelitian.....	64
1. Uji Validitas	65
2. Uji Reliabilitas	67
E. Uji Asumsi Klasik	73
1. Uji Normalitas.....	68
2. Uji Heteroskedastisitas	69
3. Uji Multikolinearitas	70
4. Uji Autokorelasi.....	71
F. Uji Hipotesis Penelitian.....	78
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
2. Uji Parsial (Uji t).....	74
3. Uji Simultan (Uji F)	76
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Korelasi (R)	78
G. Pembahasan Mengenai Pengaruh <i>Responsiveness</i> Dan <i>Tangible</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Berdasarkan Uji T	79
H. Pembahasan Hubungan <i>Responsiveness</i> Dan <i>Tangibles</i> Secara Bersamaan Terhadap Kepuasan Konsumen Berdasarkan Uji F.	80



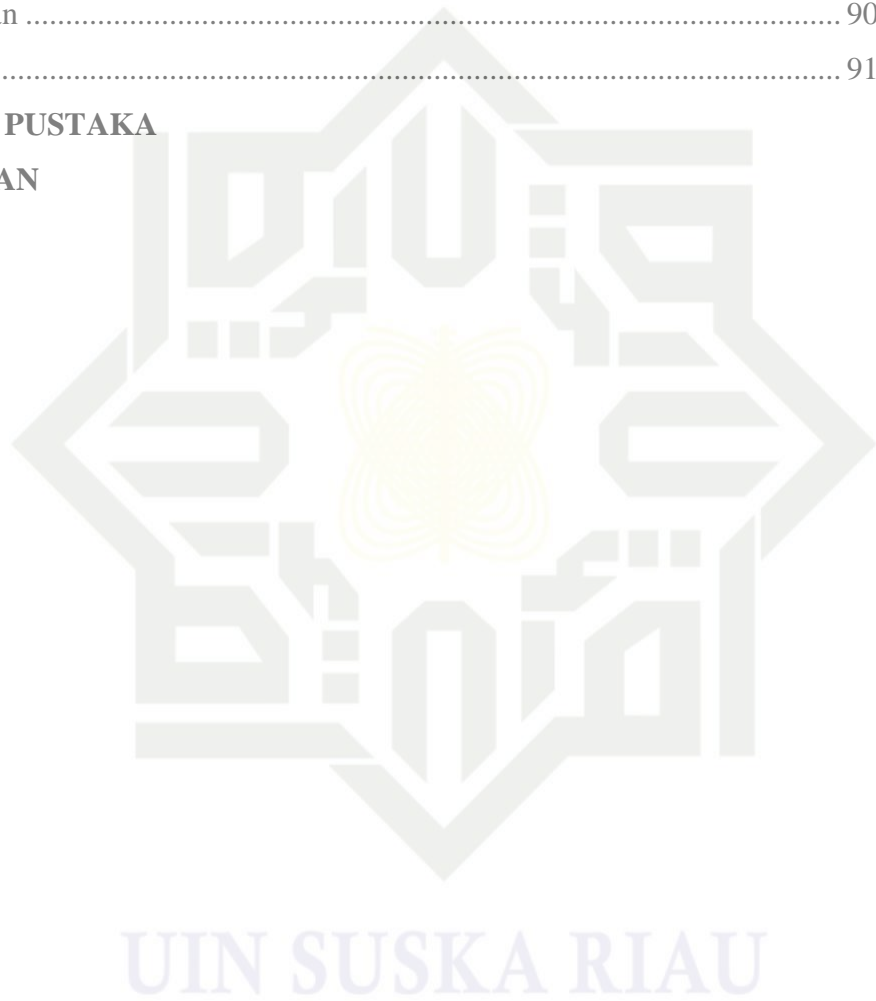
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

I. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang Pengaruh <i>Responsiveness</i> Dan <i>Tangibles</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Riak Danau.....	81
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

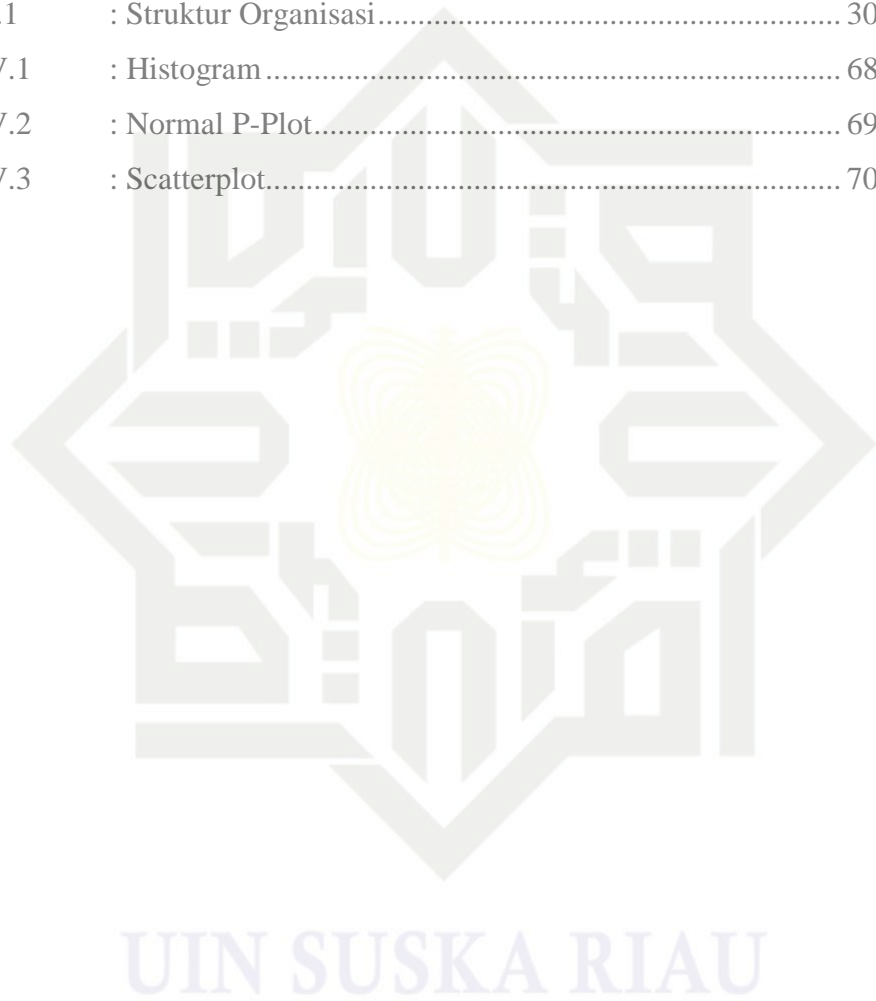
DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Operasional Variabel.....	22
Tabel I.2	: Penelitian Terdahulu	24
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel IV.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel IV. 4	: Deskriptif Statistik.....	57
Tabel IV.5	: Tanggapan Responden Terhadap variable Responsiveness	58
Tabel IV.6	: Tanggapan Responden Terhadap variabel Tangibles.....	60
Tabel IV.7	: Tanggapan Responden Terhadap variabel Kepuasan Konsumen	62
Tabel IV.8	: Hasil Uji Validitas	65
Tabel IV.9	: Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel IV.10	: Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel IV.11	: Hasil Uji Autokorelasi.....	72
Tabel IV.12	: Coefficients	73
Tabel IV.13	: Hasil Uji Hipotesis Parsial	75
Tabel IV.14	: Hasil Uji Hipotesis Simultan.....	77
Tabel IV.15	: Model Summary	78

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	: Jumlah Konsumen	10
Gambar I.1	: Kerangka Teori.....	22
Gambar II.1	: Struktur Organisasi.....	30
Gambar IV.1	: Histogram	68
Gambar IV.2	: Normal P-Plot.....	69
Gambar IV.3	: Scatterplot.....	70



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner	95
Lampiran 2	: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	100





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan liberalisasi perdagangan, kunci untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan adalah kualitas. Hanya perusahaan yang mampu menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas kelas dunia yang dapat memenangkan persaingan global. Setiap perusahaan hidup dari pelanggan. Karena itu pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas setiap perusahaan. Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Menurut Tjiptono yaitu Kepuasan Konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan sesuai dengan apa yang diharapkan serta terpenuhi secara baik¹.

Kepuasan Konsumen adalah salah satu yang sangat penting untuk kelanjutan suatu usaha karena banyak manfaat yang akan didapat jika konsumen merasa puas. Antara lainnya yaitu untuk menarik kembali konsumen, untuk

¹ Tjiptono, *Pemasaran Strategi* (Yogyakarta: Andi, 2012) h.301

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membedakan usaha kita dengan lainnya, mencegah konsumen beralih ke pesaing lain, mencegah penilaian negatif oleh konsumen dan menarik pelanggan baru dan terdapat beberapa indikator dalam kepuasan konsumen ini antara lain nya:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen,
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait
3. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga

Didalam kepuasan konsumen ini terdapat pula beberapa faktor yang mempengaruhinya antara lainnya: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosi, Harga Dan Biaya.

1. Kualitas Produk yaitu pelanggan yang merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum. Kepuasan yang diperoleh

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

4. Harga yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Tetapi diantara lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ini peneliti berfokus pada kualitas pelayanan karena dalam penelitian ini peneliti membahas tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas Pelayanan adalah *evaluasi kognitif* jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.²

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan

² Anwar Prabu Mangakunegara, *Perilaku Konsumen* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012) h.83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen serta kebutuhannya. Dalam hal pelayanan, konsumen sangat menginginkan pelayanan yang bermutu. Dalam Kualitas Pelayanan terdapat lima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan antara lain Penampilan Fisik(*Tangibles*), Keandalan(*Reliability*), Daya Tangkap(*Responsiveness*), Jaminan(*Assurance*) dan Empati(*Emphaty*).

1. Penampilan Fisik(*Tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai serta sarana komunikasi.
2. Keandalan(*Reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya Tangkap(*Responsiveness*) yaitu keinginan para pemilik dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tangkap.
4. Jaminan(*Assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staff, bebas dari bahaya, atau keragu-raguan.
5. Empati(*Emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.³

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

³ Endar Sugiono, Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2012), cet. ke-2, h.69



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT pada surat Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

267. Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.⁴

Allah ta'ala menganjurkan kepada hamba-hambaNya untuk menginfakkan sebagian apa yang mereka dapatkan dalam berniaga, dan sebagian dari apa yang mereka panen dari tanaman dari biji-bijian maupun buah-buahan, hal ini mencakup zakat uang maupun seluruh perdagangan yang dipersiapkan untuk dijual beikan, juga hasil pertanian dari biji-bijian dan buah-buahan. Termasuk dalam keumuman ayat ini, infak yang wajib maupun yang sunnah. Allah ta'ala memerintahkan untuk memilih yang baik dari itu semua dan tidak memilih yang buruk, yaitu yang jelek lagi hina mereka sedekahkan kepada Allah, seandainya mereka memberikan barang yang seperti itu kepada orang-orang yang

⁴ Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 267, *Al-Quran Terjemah Bahasa Indonesia*, Kudus,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berhak mereka berikan, pastilah merekapun tidak akan meridhainya, mereka tidak akan menerimanya kecuali dengan kedongkolan dan memicingkan mata.⁵

Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila merasa benar benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian nya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁶

Hal ini berdampak pada perkembangan dunia bisnis yang semakin kreatif dan inovatif. Sebagai salah satu bisnis usaha yang mengalami peningkatan cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti Restoran, Coffee Shop dan banyak usaha lainnya.

Persaingan bisnis Restoran dan Rumah Makan yang semakin ketat menjadi tantangan maupun ancaman bagi pelaku usaha tersebut. Agar dapat memenangkan persaingan, mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada, perusahaan dituntut untuk mempunyai kemampuan mengadaptasi strategi usahanya dan lingkungan yang terus menerus berubah dan berkembang.

⁵http://www.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?idfrom=6&idto=85&bk_no=63&ID=7 pada masalah Asbabun Nuzul.

⁶ *Op Cit, Pemasaran Strategi, h.121*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam hal usaha jasa yang dilakukan pada Rumah Makan, maka dimensi dari kualitas pelayanan ini, tidak semua nya dapat dipenuhi dan hanya ada dua yang menurut peneliti yang bisa dijadikan sebagai variabel penelitian yaitu Responsiveness dan Tangibles.

Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas *Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat di pastikan akan berubah dengan kecendrungan naik dari waktu ke waktu. Pengalaman pelanggan dalam mendapatkan pelayanan di masa lalu yang akan mengubah harapan pelanggan. Pelanggan akan siap untuk mengorbankan atau membayar pelayanan yang lebih mahal untuk setiap waktu yang dapat di hemat. Sama seperti dimensi pelayanan lainnya, maka kepuasan terhadap dimensi *responsiveness* adalah berdasarkan persepsi dan bukan aktualnya. Karena persepsi mengandung aspek psikologis lain, maka faktor komunikasi dan situasi fisik disekeliling pelanggan yang menerima pelayanan merupakan hal yang pening dalam mempengaruhi penilaian pelanggan. Didalam *responsiveness* ini terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi *responsiveness* tersebut antara lain:

- 1) Kemudahan Dalam Proses Pelayanan.
- 2) Penggunaan Alat Bantu Dalam Pelayanan.
- 3) Penampilan Dalam Melayani Pelanggan.
- 4) Kenyamanan Tempat Penyedia Pelayanan.
- 5) Kedisiplinan Pelaku Bisnis Dalam Melakukan Pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6) Kemudahan Akses Pelanggan Dalam Permohonan Pelayanan

(Bukti Fisik(*Tangible*)). Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang di berikan pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik(gedung,gudang dll), perlengkapan dan peralatan yang di gunakan (teghnologi), serta penampilan pegawainya. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. *Tangible* yang baik maka harapan responden menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek *tangible* yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang di berikan, tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal lain yang perlu disadari oleh setiap pelaku bisnis adalah bahwa dimensi ini umumnya lebih penting bagi pelanggan yang baru. Tingkat kepentingan aspek ini umumnya relative lebih rendah untuk pelanggan yang sudah lama. Dan ada beberapa indikator yang mempengaruhi tangibles tersebut antara lain:

1. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
2. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
3. Kemudahan dalam proses pelayanan
4. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam perkembangan ekonomi khususnya saat ini di Kabupaten Pelalawan, ternyata mengalami perkembangan yang cukup pesat. Serta dari tahun ketahun penduduk di Pelalawan ini semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkatnya pula kebutuhan manusia, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sekunder. Dari mulai kebutuhan akan tempat tinggal, kebutuhan sehari-hari sampai pada kebutuhan *tersier* semakin hari semakin meningkat.

Maka pada situasi seperti ini menurut kejelian pihak pengusaha melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para konsumen membuat pengusaha kewalahan dalam menyusun strategi untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yang diakibatkan perkembangan zaman. Dimana kepuasan konsumen sangat diutamakan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk membiayai kelangsungan operasi perusahaan.

Rumah Makan Ampera Riak Danau sendiri terletak di Jalan Lintas Timur Sorek Satu Kabupaten Pelalawan, lokasi strategis membuat Rumah Makan ini bisa dikenal masyarakat. Khususnya masyarakat disekitar Sorek Satu. Adapun harga yang dikeluarkan tidaklah begitu besar, pas untuk kantong masyarakat dan pelajar. Tempatnya bersih tertata rapi dan nyaman. Rumah Makan ini mempunyai menu yang disediakan yaitu Ikan Pepes, Gulai Ikan, Ikan Bakar, Lele Pop, Ayam Pop dan sebagainya.⁷

⁷ Emi (Pemilik Rumah Makan Riak Danau) Wawancara, Desa Sorek Satu 24 Oktober

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

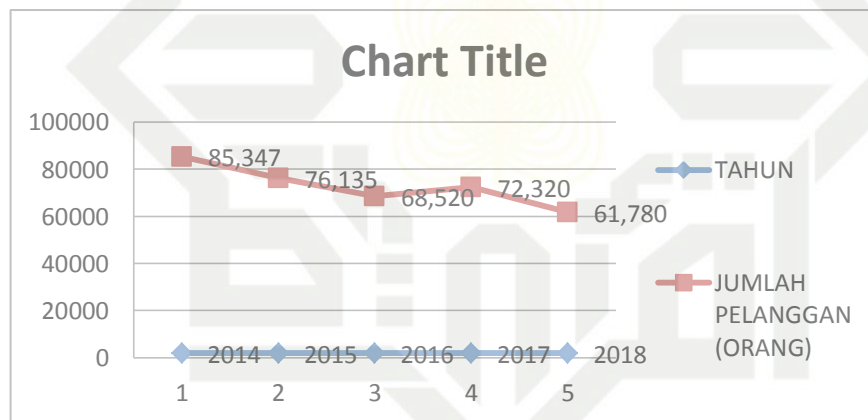
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Rumah Makan Riak Danau ini selalu berusaha membuat inovasi baru agar pelanggan tetap loyal terhadap rumah makan ini, akan tetapi inovasi tersebut belum membuahkan hasil, dilihat dari fakta jumlah pelanggan yang menyantap kuliner ini tiap tahunnya berfluktuasi. Untuk melihat pelanggan dari tahun 2014-2018 dapat dilihat dari tabel berikut:

gambar.1.1:

Jumlah Pelanggan Rumah Makan Riak Danau di Pelalawan pada tahun 2014-2018



Sumber : Rumah Makan Ampera Riak Danau Pelalawan 2019

Dari tabel di atas, terlihat jumlah pelanggan Rumah Makan Riak Danau mengalami fluktuasi. Dimana tahun 2014 jumlah pelanggan adalah 85.347 orang, dan tahun 2015 jumlah pelanggan sebanyak 76.135 orang, ditahun berikutnya jumlah pelanggan meningkat menjadi 72.320 orang dan pada tahun 2018 jumlah pelanggan menurun menjadi 62.780 orang.

Rumah Makan ini dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan dan harapan konsumen agar tercipta kepuasan bagi konsumennya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dengan demikian pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan akan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Berdasarkan hasil pengamatan berupa wawancara diketahui bahwa menurunnya jumlah pelanggan pada tahun 2018, dimana masalah dari segi pelayanan adalah ketika terdapat menu atau minuman yang habis tidak langsung disampaikan kepada konsumen, ini menyebabkan konsumen harus memesan menu ulang dan menunggu lebih lama. Bentuk kelalaian lainnya adalah terdapat beberapa konsumen yang kehabisan air mineral karena kurangnya control dari pihak pelayanan. Disamping itu pelayanan kurang cekatan dalam membersihkan meja ketika tamu sudah selesai makan.⁸

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian:

“PENGARUH *RESPONSIVENESS* DAN *TANGIBLES* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RIAK DANAU PELALAWAN MENURUT EKONOMI ISLAM”

B. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada usaha Rumah Makan Riak Danau di Pelalawan dan pengaruh *Responsiveness dan Tangibles* terhadap kepuasan konsumen.

⁸ Putri (Pelanggan Rumah Makan) Wawancara, Desa Sorek Satu 24 Oktober 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah masalah yang terdapat dalam identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah terdapat pengaruh antara *Responsiveness* dan *tangibles* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Riak Danau?
- b. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam terhadap *pengaruh Responsiveness dan Tangibles* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Riak Danau di Pelalawan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness dan Tangibles* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Riak Danau?
- b. Untuk mengetahui bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam terhadap pengaruh *Responsiveness dan Tangibles* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Riak Danau di Pelalawan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai wadah bagi penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dibangku kuliah.
- b. Digunakan sebagai pengajuan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Sebagai masukan bagi pemilik usaha Rumah Makan Riak Danau mengenai tinjauan Ekonomi Islam terhadap *pengaruh Responsiveness dan Tangibles* terhadap Kepuasan Konsumen.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Ampera Riak Danau di Pelalawan yang beralamat di Jl. Lintas Timur Sorek Satu Kabupaten Pelalawan. alasan peneliti memilih rumah makan ini sebagai bahan penelitian adalah karena rumah makan ini merupakan salah satu rumah makan yang konsumen nya lumayan banyak, pelayanan yang cukup baik serta fasilitas yang memadai.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Rumah Makan, karyawan dan konsumen atau pelanggan Riak Danau. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah pengaruh *Responsiveness dan Tangibles* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Riak Danau menurut tinjauan ekonomi islam.

3. Populasi dan sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁹ Adapun

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), h.115.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Riak Danau Pelalawan berjumlah 61.780 orang pada tahun 2018 yang terdiri dari pemilik, pegawai dan pelanggan rumah makan.

Sampel adalah bagian dari elemen – elemen populasi yang terpilih. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono ¹⁰ bahwa “*Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel, berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”

Karna populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti maka peneliti mencari rata-rata perkiraan populasi. Data perkiraan pengunjung dalam sebulan di Rumah Makan Riak Danau ini adalah 5.148 orang. Waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan sehingga diperkirakan selama 2 bulan ada 10.296 orang, dengan presisi 0,97% maka jumlah sampel adalah 100 orang.

4. $5.148 \times 2 \text{ bulan} = 10.296$
5. $0,97\% \times 10.296 = 99,87 / 100$
6. Dengan demikian, dari perkiraan populasi yang berjumlah 99,87 diperoleh ukuran sampel sebesar 100 sampel penelitian.

¹⁰ *Ibid.*, h. 96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Sumber data Penelitian

a. Data primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah secara khusus. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari konsumen dan Pemilik Rumah Makan Riak Danau Pelalawan

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan oleh periset sendiri untuk tujuan yang sama. dapat diperoleh dari buku-buku, dan data-data atau sesuatu yang dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

8. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka menggunakan teknik yaitu:

- a. Obsevasi, merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.¹¹
- b. Kuisisioner, yaitu serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian diberikan kepada responden untuk diisi. Setelah diisi, angket diberikan kembali ke peneliti.¹²

¹¹Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*(Jakarta:PT. Fajar Interpratama Mandiri,2014)h.384

¹²Op Cit,*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, h.121

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisa data ini penulis menggunakan metode analisis kuantitatif, analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan hubungan fungsional antara variabel independen dengan variabel dependen dengan demikian analisis data ini dapat dilakukan dengan cara:

1. Uji Intrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Sebuah instrumen penelitian dikatakan valid, jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item item yang tersaji dalam koesioner benar benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Menurut cara yang digunakan adalah dengan analisa item, dimana setiap nilai yang adapasti setiap butir pertanyaan untuk sebuah variabel dengan menggunakan rumus korelasi product moment. Syarat minumum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung $>$ dari nilai r tabel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Uji Realibilitas

Realibilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.¹³

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabelindependen dan variabel dependen kedua memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk dengan garis diagonal. Jika distribusi adalah normal,maka garis yang menghubungkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

2. Uji Multikoliniearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditentukan adanya korelasi antara variabel bebas atau tidak. Model yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi yang tinggi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor*.

¹³Arikunto, *Prosedur Penelitian:suatu Pendekatan Praktek*(Jakarta:Rineka Cipta, 2010)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan dari residual pengamatan ke pengamatan lain tetap. Maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

4. Uji Auto Korelasi

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (*data time series*) maupun tersusun dalam rangkaian ruang yang disebut (*cross sectional*). Salah satu pengujian yang umum digunakan untuk menguji adanya autokorelasi adalah uji statistik Durbin Watson. Uji ini dihitung berdasar jumlah selisih kuadrat nilai-nilai faktor-faktor pengganggu. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika DW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika DW terletak antara dU dan (4-dU) berarti tidak ada autokorelasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Jika DW terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL) berarti tidak menghasilkan kesimpulan.

3. Model Regresi

1. Analisa regresi linier berganda

Untuk menganalisa data ini penulis menggunakan metode kuantitatif menggunakan metode regresi linier berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang dibantu dengan menggunakan SPSS 17.0. persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y= variabel tergantung (kepuasan konsumen)

a= *Intercept* (Konstanta)

b_1 = koefisien regresi

X_1 = *Responsiveness*

X_2 = *Tangibles*

e = Nila residu

skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Adapun penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan dengan menggunakan skala likert adalah sebagai berikut:

1. Jika memilih jawaban Sangat Setuju (SS), maka diberi nilai 5.
2. Jika memilih jawaban Setuju (S), maka diberi nilai 4.
3. Jika memilih jawaban Netral/ragu-ragu (N), maka diberi nilai 3.
4. Jika memilih jawaban Tidak Setuju (TS), maka diberi nilai 2.
5. Jika memilih jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), maka diberi nilai 1.

4. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (uji t)

Uji parsial dengan menggunakan t-test dilakukan untuk menguji pengaruh semua variable independen terhadap variable dependen secara parsial. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{table} dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$t_{hitung} = \text{koefesien regresi } (b_1)$$

$$\text{Standar deviasi } (b_2)$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Level signifikan yang digunakan adalah 5% dan dasar pengambilan keputusan apakah H_a diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , apabila :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima karena terdapat pengaruh yang besar.
 2. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang besar.
- a. Uji Simultan Uji (f)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah variable independen secara simultan berpengaruh terhadap variable dependen. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 - 1(K - 1)}{(1 - R^2)(N - K)}$$

Dimana : R^2 = Koefisien determinasi

K = jumlah variable

N = jumlah sampel

- b. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel independen mampu menjelaskan bersama sama variabel dependen atau seberapa baik

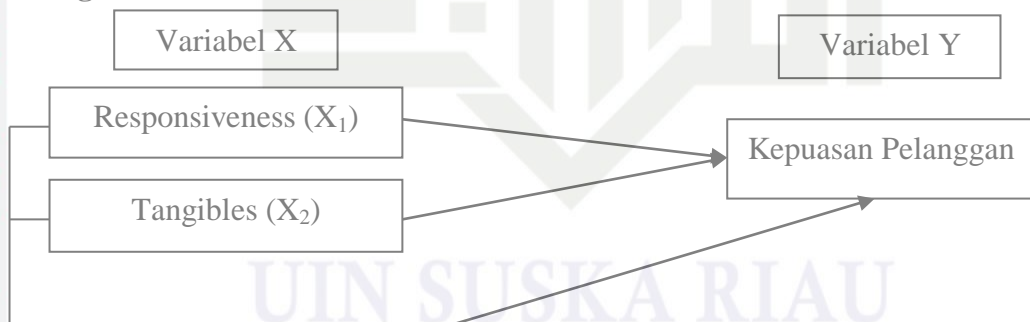
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

model regresi yang telah dibuat tersebut cocok dengan data. Semakin besar koefisien determinasinya maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Dapat dilihat dari koefisien parsialnya variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependennya dilihat dari koefisien korelasi yang paling besar.

F. Kerangka Pemikiran

Penelitian terdiri dari lima variabel independent yaitu X_1 (*Responsiveness*), X_2 (*Tangibles*), dan satu variabel dependent (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Untuk mencari pengaruh variabel X_{1-2} terhadap variabel Y, menggunakan analisis regresi linear berganda. Model kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Kerangka Penelitian



Tabel 1.2:

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (Variabel X_1)	suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. (A. Parasuraman)	1. Pelayanan cepat 2. Pelayanan tepat 3. Penyampaian informasi yang jelas (A. Parasuraman)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bukti Fisik (<i>Tengibles</i>) (Variabel X ₂)	Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan, kemampuan dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan. (A. Parasuraman)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan 2. Keadaan lingkungan 3. Kemampuan dan prasarana fisik (A. Parasuraman)
Kepuasan Konsumen (Variabel Y)	Kepuasan konsumen merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. (Irawan 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan Puas 2. Selalu membeli produk 3. Akan merekomendasikan kepada orang lain 4. Terpenuhi harapan pelanggan setelah membeli produk (irawan 2008)

G. Hipotesis

H₁=Terdapat pengaruh antara Responsiveness terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Riak Danau.

H₂ = Terdapat pengaruh antara Tangibles terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Riak Danau.

H₃ = Terdapat pengaruh antara Responsiveness dan Tangibles secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Riak Danau.

H. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
Wulandari (2013)	“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopikita Semarang”	Y = Kepuasan Konsumen H ₁ = Kualitas Produk H ₂ = Kualitas Pelayanan H ₃ = Lokasi	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan,dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Rayi Endah (2008)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus Pada Warung Makan	Y= Kepuasan Pelanggan H ₁ = Kualitas Pelayanan H ₂ = Kualitas Produk H ₃ = Harga	-Melalui uji t,kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial, namun harga tidak berpengaruh. -Melalui uji F diketahui variabel kualitas layanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Taman Singosari Semarang)		simultan terhadap kepuasan pelanggan.
Martia Mawati(20 09)	Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas SPBU Terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen Kendaraan Bermotor.	Y = Kepuasan Konsumen $H_1 = \text{Brand}$ Image $H_2 = \text{Kualitas}$ Pelayanan $H_3 = \text{Fasilitas}$	Melalui uji t diketahui ketiga variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial.

1. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dimaksud untuk memberi kan gambaran secara keseluruhan dalam penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, batasab masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, metode penelitian , serta sistematika penulisan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum usaha rumah makan Ampera Riak Danau di Pelalawan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan landasan teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian serta membahas tentang pengaruh responsiveness dan tangibles terhadap kepuasan konsumen.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini Menjelaskan tentang hasil pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis akan mengambil kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian serta saran saran yang diperlukan dalam upaya kesempurnaannya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN PENELITIAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Rumah Makan Riak Danau Pelalawan

Pemilik Rumah Makan Riak Danau memulai usahanya pada tahun 2003 di jalan Datuk Laksamana yang waktu itu bertepatan di pasar lama Sorek Satu. Pemilik rumah makan ini memilih tempat tersebut karena lokasinya yang berada di dalam pasar yang otomatis ramai disinggahi oleh masyarakat.

Dahulunya pemilik Rumah Makan hanyalah seorang karyawan biasa di salah satu Rumah Makan, ia bekerja sebagai pelayan di Rumah Makan tersebut. Dengan seiring berjalannya waktu, pemilik Rumah Makan mencoba membuka usaha Rumah Makan sendiri dengan modal yang sudah ia kumpulkan selama ia bekerja. Dimana pada saat itu pemilik Rumah Makan, setelah mendirikan Rumah Makan sendiri ikut terjun langsung sebagai chef untuk dapat memajukan usaha Rumah Makan yang baru dirintisnya itu.

Awalnya usaha tersebut tidak berjalan sesuai dengan yang ia inginkan, akan tetapi dengan kegigihan ia terus berjuang agar usaha yang ia rintis sendiri itu bisa berkembang. Setelah beberapa tahun berjalan usaha pemilik Rumah Makan ini mulai meningkat perkembangannya, pelanggan di Rumah Makan tersebut perlahan mulai ramai dari berbagai kalangan.

Pemilik Rumah Makan ini mematok harga makanan yang ia jual tidak terlalu tinggi dan sesuai dengan kantong pembelinya, ia juga selalu mengutamakan kepuasan pelanggan nya, dan selalu meningkatkan kualitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pelayanan di Rumah Makan nya. Disini ia selalu mengutamakan Kepuasan Pelanggan, dengan cara meningkatkan Kualitas Pelayanan dan meletakkan harga sesuai dengan kantong pembeli.

B. Visi Dan Misi Perusahaan

1. Visi

Menciptakan Usaha Rumah Makan Padang terbaik di Pelalawan dan membentuk kemandirian.

2. Misi

- a) Mengutamakan kualitas dalam hal apapun yang dilakukan (pelayanan) dan disajikan (makanan)
- b) Menciptakan lapangan pekerjaan.
- c) Mengembangkan inovasi-inovasi baik dalam produk maupun pelayanan dengan tetap pada koridor tradisional.
- d) Menumbuhkan ketrampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal.
- e) Mengembangkan usaha di beberapa tempat yang strategis untuk menjadi Rumah Makan terbaik di wilayah Pelalawan.

C. Struktur Organisasi

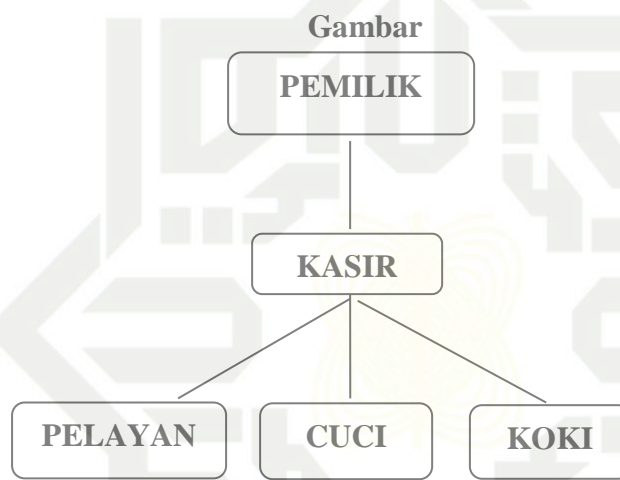
Organisasi merupakan salah satu unsur dari manajemen dimana tanpa organisasi maka tujuan dari pada perusahaan tidak akan mungkin tercapai. Semakin besar perusahaan maka akan semakin kompleks pula masalah yang di hadapi. Untuk merealisasikan tujuan organisasi perusahaan perlu adanya kerjasama antar sesama anggota sesama organisasi perusahaan yang bersangkutan tanpa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adanya struktur organisasi yang tepat maka tujuan perusahaan akan sulit di capai, serta akan sulit pula mengetahui kepada siapa kesalahan itu harus di limpahkan/dipertanggung jawabkan.

Struktur Organisasi Rumah Makan Riak Danau Pelalawan



D. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab Struktur organisasi

1. Pengurus

Pengurus bertugas mengawasi kerja karyawan dan memeriksa pembukuan, keuangan serta segala tindakan yang di jalankan oleh karyawan rumah makan. Pengurus juga punya hak untuk memberhentikan karyawan apabila melalaikan kewajiban.

2. Kasir

Kasir bekerja melayani dan menawarkan atas kegiatan atau promosi yang di lakukan perusahaan, dan memberikan hasil penjualan terhadap akunting setiap harinya, dan kasir bertanggung jawab penuh atas hasil penjualan setiap harinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pelayan

Bertanggung jawab atas tugasnya dalam menyiapkan susunan meja, yang rapi dan bersih, memberikan pelayanan dalam penghidangan makanan dan minuman secara ramah dan sopan kepada pelanggan yang datang ke rumah makan sesuai standar pesanan dari pelanggan.

4. Cuci

- a) bertanggung jawab atas kelancaran kerja di dapur.
- b) bertanggung jawab atas kebersihan alat-alat dapur dan alat makan.

5. Koki

Bertanggung jawab atas kelancaran kerja di dapur, menjaga kebersihan dan keselamatan kerja standar makanan, melaksanakan tugas di dapur dari mulai persiapan, pengelolaan dan penyajian makanan, dan menjaga kualitas dan kebersihan makanan yang akan disajikan kepada tamu.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

KAJIAN TEORITIS

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.¹⁴

Menurut Lewis dan Booms, kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Adanya faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan.¹⁵ Apabila jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h.

¹⁵ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*. (Jakarta: PT. Indeks, 2011), h. 152

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman.¹⁶ *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Dalam perspektif TQM (*Total Quality Manajemen*), kualitas dipandang secara luas dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia sebagaimana dikemukakan oleh Gotesch dan Davis bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai ada beberapa yang memiliki persamaan walaupun hanya cara penyampaianya saja, biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

¹⁶ Lupyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. (Jakarta: Salemba Empat, 2011) h. 65

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Intinya adalah perbaikan mutu atau kualitas terus menerus, yang dalam manajemen Jepang dikenal KAIZEN yang berarti *unending improvement*, yaitu perbaikan secara *continue* dalam segala kegiatan perusahaan, sehingga muncul kualitas yang makin lama semakin baik harus dapat dirasakan oleh pelanggan.

Perbaikan kualitas ini harus pula dipahami oleh seluruh personil perusahaan, agar mereka tampil dengan kinerja yang prima dan gandrung pada *high quality*.

2. Teori Kualitas Pelayanan

Menurut Garvin yang dikutip oleh Tjipton, setidaknya ada lima perspektif kualitas yang berkembang saat ini:

1. Transcendental Approach Dalam perspektif ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang secara intuitif dapat dipahami, namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan, sebagai contoh kecantikan atau cinta. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dan exposure berulang kali (*repeated exposure*)
2. Product-Based Approach Perspektif ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik, komponen atau atribut objektif yang dapat diukur. Perbedaan dalam hal kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimiliki produk. Semakin banyak atribut yang dimiliki sebuah produk atau merek, semakin berkualitas produk atau merek bersangkutan.

3. User-Based Approach Perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (eyes of the beholder), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (maximum satisfaction) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan demandoriented ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan masing-masing yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakan.
4. Manufacturing-Based Approach Perspektif ini bersifat supply-based dan lebih berfokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (conformance to requirements). Dalam konteks bisnis jasa, kualitas berdasarkan perspektif ini cenderung bersifat operation-driven.
5. Value-Based Approach Perspektif ini memandang kualitas dari aspek nilai (value) dan harga (price). Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai affordable excellence, yakni tingkat kinerja ‘terbaik’ atau sepadan dengan harga yang dibayarkan. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (best-buy).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, menyatakan atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu:¹⁷

- a) Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang disajikan secara akurat dan terpecahya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- b) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c) Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetisi dan sopan santun.
- d) Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- e) Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan,

¹⁷ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama* (Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu, 2008), h. 96



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kemampuan dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa. Berkaitan dengan lima dimensi jasa tersebut, perusahaan harus bisa meramu dengan baik, bila tidak hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan pelanggan yang dapat berdampak pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

4. Kualitas pelayanan Menurut Pandangan Islam

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 267 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ

حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Responsiveness (daya tanggap)

1. Pengertian Responsiveness

Menurut Pasuraman yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi dan Hamdani menyatakan daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.¹⁸

Definisi daya tanggap (*responsiveness*) menurut Tjiptono, yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.¹⁹ Tanggap disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan konsumen. Respon yang dimaksud adalah sebaik-baiknya cara perusahaan dalam menerima apakah itu permintaan, keluhan, saran, kritik, komplain, dan sebagainya atas produk atau bahkan pelayanan yang diterima oleh konsumen.

Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan, dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Kegiatan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dalam sebuah organisasi atau perusahaan, tapi lebih kepada bagaimana cara perusahaan menanggapi konsumen dalam bentuk apapun.

¹⁸ Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Loc.Cit.*

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), Edisi Ke 3, hal. 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketika perusahaan menanggapi keluhan, saran atau permintaan yang dilayangkan konsumen dengan segera dan sebaik-baiknya maka respon positif juga akan ditunjukkan konsumen terhadap perusahaan. Dan *feedback* yang didapat perusahaan dapat dirasakan ketika konsumen tersebut apakah mengkonsumsi produknya kembali atau bahkan banyak konsumen baru yang bisa jadi mendapatkan rekomendasi dari konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut sebelumnya.

Disini perusahaan dituntut untuk harus mengerti keinginan konsumen sebaik-baiknya, atau bahkan ketika ada konsumen yang kurang mengerti dengan prosedur yang diterapkan oleh perusahaan maka pihak yang memberikan pelayanan tersebut harus memberikan pengertian sebaik mungkin sehingga konsumen dapat mengerti dan memaklumi atas segala peraturan atau prosedur yang diterapkan perusahaan.

Suatu perusahaan harus menyadari betapa vitalnya kualitas pelayanan dengan daya tanggap yang baik terhadap konsumen, karena dengan bentuk daya tanggap yang sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen itu sendiri merasa bahwa ia dihargai dan dimengerti oleh perusahaan. Apabila pelayanan daya tanggap diberikan dengan baik atas penjelasan yang bijaksana, penjelasan yang mendetail, penjelasan yang membina, penjelasan yang mengarahkan dan yang bersifat membujuk, apabila hal tersebut secara jelas dimengeti oleh individu yang mendapat pelayanan, maka secara langsung pelayanan daya tanggap dianggap berhasil, dan ini menjadi suatu bentuk keberhasilan prestasi kerja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tjiptono dan Gregorious mengungkapkan dimensi penilaian indikator daya tanggap yakni sebagai berikut :²⁰

- a. Memberikan layanan dengan segera/cepat kepada pelanggan.
- b. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.
- c. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.
- d. Ketersediaan untuk membantu pelanggan.

Daya tanggap dalam suatu perusahaan harus benar-benar diperhatikan sehingga konsumen merasa begitu dihargai oleh perusahaan karena apabila konsumen sudah merasa nyaman dengan suatu pelayanan maka harga pun tidak begitu dipermasalahkan.

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap) dalam Pandangan Islam

Responsiveness (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seseorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan yang dapat dilakukan dan diselesaikan dengan

²⁰ Fandy Tjiptono dan Gregorious Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), hal. 232

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Islam mengarahkan umatnya agar memiliki etos kerja yang tinggi dan mengarah pada profesionalisme. Sifat profesionalisme digambarkan dalam QS. Az-Zumar ayat 39 :

قُلْ يٰٓقَوْمِ اَعْمَلُوا عَلٰٓى مَكَانَتِكُمْ اِنِّىْ عَمِلٌ فَسَوْفَ تَعْلَمُوْنَ ﴿٣٩﴾

Artinya : “Wahai kaumku, bekerjalah sesuai dengan keadaanmu, sesungguhnya aku akan bekerja (pula), maka kelak kamu akan mengetahui”.

Perusahaan yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, dan bersungguh-sungguh dalam memberikan pelayanan terbaik. Allah SWT memerintahkan kepada setiap muslim untuk tertib dalam setiap urusannya, serta memiliki daya tanggap dan bersungguh-sungguh dalam setiap aktifitasnya, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Insyirah ayat 7 yang berbunyi:

فَاِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

Artinya : “Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah berkerja keras (untuk urusan yang lain).

Selain itu menurut Diana, setiap muslim juga diperintahkan untuk memberikan pelayanan yang ramah dalam transaksi muamalah. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ الْمُنْكَدِرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

Artinya : “Telah menceritakan kepada kami 'Ali bin 'Ayyasy telah menceritakan kepada kami Abu Ghossan Muhammad bin Muthorriif berkata, telah menceritakan kepada saya Muhammad bin Al Munkadir dari Jabir bin 'Abdullah radliallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: “Allah merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli dan juga orang yang meminta haknya”. (HR. Bukhari, No. 1934)

Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW :

عَنْ عَائِشَةَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنْ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتْقِنَهُ

Artinya : “Dari Aisyah ra, bersabda Rasulullah SAW : “Allah 'azza wa jalla menyukai jika salah seorang di antara kalian melakukan suatu amal secara itqan” (Imam At-Tabrânî, dalam al-Mu'jam al-Awsat, No. 897, dan Imam Baihaqi dalam Sya'bu al-Îmân, No. 5312).

C. Tangibles (bukti fisik)

a. Pengertian Tangibles

Adapun pengertian bukti fisik menurut Rambat Lupiyoadi yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana pihak perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik, (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan, dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya dan. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling kongkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.

Dimensi *Tangible* merupakan aspek kualitas pelayanan yang dinikmati, dirasakan dan dinilai oleh pelanggan dengan menggunakan indra manusia. Kemegahan gedung, kebersihan kantor, kerapian kantor dan karyawan, kenyamanan kantor, kecanggihan peralatan, merupakan contoh-contoh dimensi *tangible* dalam kualitas pelayanan.

Aspek *Tangible* juga merupakan faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan. Aspek *tangible* yang baik akan meningkatkan harapan pelanggan menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, produsen harus mengetahui seberapa jauh aspek *Tangible* masih memberikan pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan menjadi terlalu tinggi.

Dimensi *Tangible* umumnya lebih penting terhadap pelanggan baru. dimensi *Tangible* umumnya tidak terlalu penting bagi pelanggan yang telah lama menjalin hubungan dengan produsen. Sehingga, produsen yang lebih mengutamakan pelanggan lama untuk bertumbuh harus lebih selektif dalam berinvestasi pada aspek *Tangible*.

Menurut Tjiptono, bukti fisik (*Tangible*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini biasa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

b. Dimensi *tangibles*

Indikator untuk dimensi *tangibles* diantaranya:

1. Kemudahan Dalam Proses Pelayanan.
2. Penggunaan Alat Bantu Dalam Pelayanan.
3. Penampilan Dalam Melayani Pelanggan.
4. Kenyamanan Tempat Penyedia Pelayanan.
5. Kedisiplinan Pelaku Bisnis Dalam Melakukan Pelayanan
6. Kemudahan Akses Pelanggan Dalam Permohonan Pelayanan

c. *Tangibles* (Bukti Fisik) Menurut pandangan islam

Tangibles (kemampuan fisik) adalah Tampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi. Salah satu catatan penting bagi pelaku usaha, bahwa dalam menjalankan operasional usahanya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i. Ketika pihak rumah makan memunculkan fasilitas fisik yang baik maka akan memberikan nilai positif terhadap kualitas pelayanan. Artinya, semakin baik penerapan *tangibles* (wujud fisik) maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen.²¹ Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 26:

²¹ Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Loc.Cit.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يُؤَرِّى لِبَاسًا عَلَيْكُمْ أَنْزَلْنَا قَدْ ءَادَمَ يَنْبَى

يَذْكُرُونَ لَعَلَّهُمْ أَلَّهِ ءَايَتٍ مِنْ ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ التَّقْوَى وَلِبَاسٌ وَرِيشًا سَوَاءِ تَكُمُ



26. Hai anak Adam[530], Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa[531] Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.

Pemilik usaha harus mengkreasi bentuk fisik bangunan dan peralatan yang menunjang operasionalnya sedemikian rupa sehingga pelanggan merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap rumah makan tersebut. Tampilan fisik yang bersih merupakan bagian dari hal ini.

Sebagaimana sunnah Rasulullah Saw dalam sabdanya:

صَالِحِ بْنِ أَبِي حَسَّانَ قَالَ سَمِعْتُ سَعِيدَ بْنِ الْمُسَيَّبِ يَقُولُ إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ يُحِبُّ الطَّيِّبَ نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ كَرِيمٌ يُحِبُّ الْكَرَمَ جَوَادٌ يُحِبُّ الْجُودَ فَنَظَّفُوا أَرَاهُ قَالَ أَفْنَيْتُكُمْ وَلَا تَشَبَّهُوا بِالْيَهُودِ قَالَ فَذَكَرْتُ ذَلِكَ لِمُهَاجِرِ بْنِ مِسْمَارٍ فَقَالَ حَدَّثَنِيهِ عَامِرُ بْنُ سَعْدٍ بْنُ أَبِي وَقَّاصٍ عَنْ أَبِيهِ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِثْلَهُ إِلَّا أَنَّهُ قَالَ نَظَّفُوا أَفْنَيْتُكُمْ قَالَ أَبُو عِيسَى هَذَا حَدِيثٌ غَرِيبٌ وَخَالِدُ بْنُ إِيَّاسٍ يُضَعَّفُ وَيُقَالُ ابْنُ إِيَّاسٍ

Telah menceritakan kepada kami **Muhammad bin Basyar** telah menceritakan kepada kami **Abu 'Amir Al 'Aqadi** telah menceritakan kepada kami **Khalid bin Ilyas** dari **Shalih bin Abu Hassan** ia berkata; Aku mendengar **Sa'id bin Al Musayyab** berkata; "Sesungguhnya Allah Maha Baik, dan menyukai kepada yang baik, Maha Bersih dan menyukai kepada yang bersih, Maha Pemurah, dan menyukai kemurahan, dan Maha Mulia dan menyukai kemuliaan, karena itu bersihkanlah diri kalian, " aku mengiranya dia berkata; "Halaman kalian, dan janganlah kalian menyerupai orang-orang Yahudi, " Shalih bin Abu Hassan

berkata; Hadits itu aku sampaikan kepada **Muhajir bin Mismar**, lalu dia berkata; **Amir bin Sa'ad bin Abu Waqqas** telah menceritakannya kepadaku dari **Ayahnya** dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam dengan hadits yang semisal, Namun dalam hadits tersebut beliau bersabda: "Bersihkanlah halaman kalian." Abu Isa berkata; Hadits ini gharib, dan Khalid bin Ilyas telah dilemahkan, dan dia juga dinamakan Ibnu Iyas. (HR. Tirmidzi, No.2723)

D. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.²² Dari definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat sangat puas. Apabila perusahaan menfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.

²² Etta Mamang Sangadji dan Sopiha. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta. ANDI. 2013.)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Teori Kepuasan Konsumen

Berikut adalah teori-teori yang membahas kepuasan konsumen.²³

a. Teori perasaan afektif eksperimental

Menurut Jones yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, teori ini beranggapan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi.

b. Teori kepuasan

Teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya.

c. Teori keadilan

Teori keadilan berpendapat bahwa masyarakat akan menganalisis rasio hasil (*outcomes*) dan masukan (*input*) mereka terhadap hasil dan masukan rekan mereka dalam suatu pertukaran, dan bila melihat bahwa rasionya lebih tinggi, mereka akan mengalami perasaan tidak adil.

d. Teori atribusi,

kegagalan produk dan kepuasan konsumen Teori atribusi merupakan cara untuk mengidentifikasi penyebab suatu tindakan. Atribusi yang dibuat konsumen dapat sangat memengaruhi kepuasan pascapembelian mereka terhadap suatu produk atau jasa. Bila produk gagal (yaitu, kinerja berada dibawah harapan), konsumen akan berupaya menentukan penyebab kegagalan

²³ *Ibid.*, hal. 183-187

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

itu. Bila melambangkan kegagalan pada produk atau jasa itu sendiri, mereka mungkin akan merasa tidak puas, tetapi jika melambangkan kegagalan pada faktor kebetulan atau tindakan mereka sendiri, merek tidak mungkin merasa tidak puas.

e. Kinerja produk aktual

Kinerja produk aktual memengaruhi kepuasan konsumen secara independen dari harapan, kelayakan, dan atribusi. Jadi, meskipun konsumen sepenuhnya mengharapkan agar suatu produk itu berhasil, mereka masih merasa tidak puas bila produk itu berhasil.

f. Afeksi dan CS/D (*customer satisfaction / dissatisfaction*)

Studi ini menemukan bahwa pengukuran CS/D dipengaruhi secara langsung oleh perasaan afektif konsumen. Para peneliti menemukan bahwa ada hubungan di mana suatu pembelian dapat menimbulkan reaksi afektif, yang pada gilirannya akan menimbulkan CS/D.

Metode Pengukuran Kepuasan

Pengukuran kepuasan memiliki enam konsep inti yaitu sebagai berikut.

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*) Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan pelanggan 3 terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Dimensi kepuasan pelanggan
Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.
- c. Konfirmasi harapan (confirmation of expectations) Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk/jasa perusahaan.
- d. Niat beli ulang (repurchase intention) Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
- e. Kesiediaan untuk merekomendasi (willingness to recommend) Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.
- f. Ketidakpuasan pelanggan (customer dissatisfaction) Ketidakpuasan pelanggan meliputi complaint, return atau pengembalian produk, biaya garansi, product recall (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif, dan defections (konsumen yang beralih ke pesaing).²⁴

²⁴ Tjiptono, Fandy. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, (Andi Offset, Yogyakarta. 2014) hal 368-369

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Indikator Kepuasan Konsumen

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

a. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen

b. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait

c. Kesediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Kepuasan Konsumen Menurut Pandangan Islam

Ilmu ekonomi adalah pengetahuan dan aplikasi dari ajaran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber- sumber daya material memenuhi kebutuhan manusia yang memungkinkan untuk melaksanakan kewajiban kepada Allah dan masyarakat.

Kepuasan merupakan suatu akibat terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan masalah merupakan suatu akibat atasterpenuhinya suatu kebutuhan atau fitrah.

Meskipun demikian, terpenuhinya suatu kebutuhan juga akan memberikan kepuasan terutama jika kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Ekonomi Islam konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan.

Dari uraian diatas ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, masalah, berkah dan kehalalan. Dalam ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan istilah masalah (segala sesuatu yang mendatangkan kemanfaatan) dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas seberapa besar nilai ibadah yang didapat dari yang dikonsumsi. Ternyata, islam melalui Al-Quran surat Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada obyek dakwah (*customer/pelanggan*)

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ



Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, 37 dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 11.558 + 0.719X_1 + 0.316X_2 + e$ artinya bahwa variabel responsiveness dan tangibles positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil analisis data pada penelitian ini juga dapat diketahui bahwa variabel responsiveness (X_1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), dan variabel tangibles (X_2) juga memiliki pengaruh secara parsial, hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji t yang mana variabel responsiveness memiliki nilai t_{hitung} sebesar (6.781) > t_{tabel} sebesar (1.987) dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Dan variabel tangibles memiliki t_{hitung} sebesar (2.402) > t_{tabel} sebesar (1.987) dengan nilai signifikan sebesar $0.018 < 0.05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui juga bahwa variabel responsiveness (X_1) dan tangibles (X_2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F yang mana variabel responsiveness dan tangibles memiliki nilai signifikan F sebesar $0.000 < 0.05$ (5%) dengan F_{hitung} ($F_{hitung} > F_{tabel}$) = $48.487 > 3.09$ yang berarti bahwa responsiveness dan tangibles secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk uji R^2 sebesar 0.500. nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel *responsiveness* dan *tangibles* sebesar 50,0% dan sisanya 50,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, dan koefisien korelasi R sebesar 0.707 berarti hubungan kuat.

3. Dalam tinjauan Ekonomi Islam, pengaruh *responsiveness* dan *tangibles* terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ampera Riak Danau telah sesuai dengan syariat islam, dari sisi *Responsiveness* meliputi: melayani dengan profesional, bersungguh-sungguh, melayani dengan ramah serta menjalin hubungan yang baik kepada pelanggannya dan dalam sisi bukti fisik meliputi: lingkungan yang bersih, sarana dan prasarana yang telah memadai serta tersedianya tempat parkir yang luas sedangkan dari sisi kepuasan konsumen meliputi: Terpenuhi kebutuhan pokok, adanya maslahat dan manfaat yang didapat, terdapat berkah ketika mengkomsumsinya serta terjamin kehalalan produk nya. Dari praktek yang dijalankan oleh Rumah Makan Ampera Riak Danau maka tidak ada ditemui indikasi yang bertentangan dengan syariat islam.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, penulis merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bagi Perusahaan

Disarankan kepada pihak rumah makan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen. Dan pihak rumah makan juga harus dapat memperhatikan pelayanan yang baik dan kepuasan konsumen agar usaha tetap menerapkan nilai-nilai dan konsep Islam yang bertujuan untuk menyambung silaturahmi kepada sesama manusia.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain responsiveness dan tangibles yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini.

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 267, *Al-Quran Terjemah Bahasa Indonesia*,
Kudus.

Anwar Prabu Mangakunegara, 2012. *perilaku konsumen*, bandung: PT. Refika
Aditama.

Arikunto, 2010. *Prosedur Penelitian:suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka
Cipta.

Emi, 2019. pemilik rumah makan riak danau wawancara, desa sorek satu 24
oktober.

Endar Sugiono, 2012. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, Jakarta: PT.
Gramedia Pustaka Utama.

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen, Pendekatan
Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta. ANDI.

Fajar Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis Edisi
Pertama*, Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.

Fandy Tjiptono, 2010. *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset,
2010.

Gregorious Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

[http://www.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?idfrom=6&idto=85&bk_n
o=63&ID=7](http://www.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?idfrom=6&idto=85&bk_n
o=63&ID=7) pada masalah Asbabun Nuzul.

Lupyoadi dan A. Hamdani, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*.
(Jakarta:Salemba Empat.

Putri, 2019. pelanggan rumah makan, wawancara, desa sorek satu 24 oktober.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ridwan Aldarsanie, 2014. *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*, <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam>.
- Sugiono, 2009. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, 2012. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Tony Wijaya, 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Yusuf, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER

KUESIONER

PENGARUH RESPOSIVENESS DAN TANGIBLES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AMPERA RIAK DANAU PELALAWAN MENURUT EKONOMI SYARI'AH

Yth. Pelanggan Rumah Makan Ampera Riak Danau

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat

Dalam rangka penelitian skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, saya :

Nama : Eko Hasan

Nim : 11625104174

Prodi/Fakultas : Ekonomi Syari'ah/ Syari'ah dan Hukum

Bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul “pengaruh responsiveness dan tangibles terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan ampera riak danau pelalawan menurut ekonomi syari'ah. Sehubungan dengan itu, saya sangat mengharapkan agar kuisisioner penelitian ini diisi dengan lengkap sesuai kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari saudara/i hanya digunakan untuk penelitian dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan hati-hati.

Atas ketersediaannya dan partisipasi dari saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya

Eko Hasan

Nim 11625104174



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
4. Domisili/ Kabupaten :
5. Pekerjaan Utama :
 - a. PNS
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar/Mahasiswa
 - e. Lainnya (.....)

B. Petunjuk Penelitian

Untuk pertanyaan dibawah ini pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/saudara yang paling tepat dengan cara menyilang (X) huruf pilihan yang tersedia, isilah jawaban sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Keterangan :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Tidak Setuju (TS)
- c. Netral /Ragu-Ragu (N)
- d. Setuju (S)
- e. Sangat Setuju (SS)

A. RESPONSIVENESS/KETANGGAPAN (X1)

NO	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan selalu ada untuk melayani pelanggan jika dibutuhkan.					
2	Karyawan selalu sigap dalam melayani					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	pelanggan.					
3	karyawan selalu merespon cepat terhadap pelanggan yang baru datang.					
4	Karyawan selalu tepat waktu dalam melayani pelanggan.					
5	Karyawan selalu menawarkan hidangan yang diinginkan oleh pelanggan.					
6	Pelanggan tidak perlu menunggu lama untuk memesan makanan.					
7	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan.					
8	Karyawan selalu menjawab setiap ada pelanggan yang bertanya.					
9	Pelanggan sangat terbantu oleh informasi yang diberikan oleh karyawan.					

3. TANGIBLES/BUKTI FISIK (X2)

NO	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan menggunakan pakaian yang					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	sama.					
2	Penampilan karyawan selalu terlihat bersih.					
3	Penampilan karyawan rapi dan profesional,					
4	Kondisi lingkungan yang bersih dan nyaman.					
5	Bangunan terlihat cukup bagus.					
6	Lokasi mudah dijangkau menggunakan alat transportasi.					
7	Tempat parkir yang disediakan cukup luas.					
8	Tersedianya peralatan makanan yang bersih.					
9	Memiliki tempat duduk yang nyaman.					

c. Kepuasan Konsumen (Y)

N0	Item	Tanggapan Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Pelayanan yang diberikan cukup cepat dan tepat.					
3	Pelanggan merasa puas dengan karyawan karena selalu tanggap melayani konsumen.					
4	Berminat berkunjung kembali karena menu yang disediakan sesuai yang diharapkan oleh pelanggan.					
5	Berminat untuk berkunjung kembali karena menu yang disediakan cukup lengkap.					
6	Berminat berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan.					
7	Merekomendasikan kepada orang lain karena fasilitas yang disediakan memadai.					
8	Merekomendasikan rumah makan ini kepada orang lain karena makanan yang dihidangkan sangat enak.					
9	Merekomendasikan rumah makan ini kepada orang lain karena pelayanan yg diberikan sangat baik.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10	Makanan yang disediakan sesuai dengan selera konsumen.					
11	Karyawan memberikan pelayanan yang baik sesuai harapan konsumen.					
12	Fasilitas penunjang seperti cuci tangan tempat shalat yang ada sesuai dengan yang diharapkan.					

LAMPIRAN 2: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.896	.896	9

Item-Total Statistics

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	33.3100	11.186	.755	.	.877
X1.2	33.4300	11.096	.723	.	.879
X1.3	33.4700	11.161	.703	.	.881
X1.4	33.4400	11.421	.688	.	.882
X1.5	33.5700	12.207	.502	.	.896
X1.6	33.7300	11.654	.568	.	.892
X1.7	33.6700	11.395	.667	.	.884
X1.8	33.6300	11.569	.598	.	.889
X1.9	33.4300	11.096	.723	.	.879

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.858	.862	9

Item-Total Statistics

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	33.1700	9.456	.655	.556	.837
X2.2	33.2200	9.608	.592	.585	.843
X2.3	33.1400	9.677	.720	.649	.834
X2.4	33.2900	9.238	.626	.600	.839
X2.5	33.1200	9.420	.659	.561	.836
X2.6	33.4100	9.679	.526	.503	.849
X2.7	33.3500	9.765	.522	.603	.849
X2.8	33.3100	9.691	.528	.490	.849
X2.9	33.1100	9.856	.471	.262	.855

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.819	.831	12

Item-Total Statistics

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlation (X1)

[illegible]

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

X1.4	Pearson Correlation	.576**	.547**	.675**	1	.367**	.395**	.453**	.503**	.547**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.408**	.372**	.323**	.367**	1	.413**	.467**	.335**	.372**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.370**	.310**	.395**	.395**	.413**	1	.671**	.569**	.310**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.466**	.391**	.486**	.453**	.467**	.671**	1	.635**	.391**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.436**	.319**	.476**	.503**	.335**	.569**	.635**	1	.319**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.743**	1.000	.564**	.547**	.372**	.310**	.391**	.319**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.814**	.793**	.777**	.761**	.600**	.669**	.746**	.692**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlation (X2)

Correlations

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.650**	.671**	.542**	.580**	.300**	.234*	.328**	.343**	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.019	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.650**	1	.670**	.608**	.515**	.198*	.107	.241*	.350**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.048	.288	.016	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.671**	.670**	1	.668**	.654**	.283**	.272**	.342**	.376**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.004	.006	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.542**	.608**	.668**	1	.673**	.260**	.280**	.205*	.287**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.009	.005	.041	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.580**	.515**	.654**	.673**	1	.332**	.290**	.313**	.296**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.003	.002	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.300**	.198*	.283**	.260**	.332**	1	.671**	.569**	.310**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.002	.048	.004	.009	.001		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.234*	.107	.272**	.280**	.290**	.671**	1	.635**	.391**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.019	.288	.006	.005	.003	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.328**	.241*	.342**	.205*	.313**	.569**	.635**	1	.319**	.644**

Correlation (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.286**	.252*	.508**	.266**	.282**	.412**	.266**	.411**	.370**	.176*	.241*	.600**
	Sig. (2-tailed)		.004	.011	.000	.007	.004	.000	.007	.000	.000	.080	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.286**	1	.312**	.365**	.268**	.254*	.342**	.244*	.345**	.355**	.153*	.327**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.004		.002	.000	.007	.011	.000	.015	.000	.000	.128	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.252*	.312**	1	.262**	.203*	.378**	.343**	.346**	.362**	.273**	.346**	.276**	.629**

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau..

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dianggap mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Y.4	Sig. (2-tailed)	.011	.002		.008	.043	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.005	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.508**	.365**	.262**	1	.397**	.349**	.515**	.427**	.300**	.356**	.292**	.370**	.697**	
Y.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.003	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.266**	.268**	.203*	.397**	1	.313**	.237*	.261**	.176**	.387**	.043**	.305**	.536**	
Y.6	Sig. (2-tailed)	.007	.007	.043	.000		.002	.018	.009	.081	.000	.672	.002	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.282**	.254*	.378**	.349**	.313**	1	.343**	.346**	.178	.162	.182	.276**	.572**	
Y.7	Sig. (2-tailed)	.004	.011	.000	.000	.002		.000	.000	.076	.106	.070	.005	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.412**	.342**	.343**	.515**	.237*	.343**	1	.530**	.152*	.240**	.345**	.188**	.630**	
Y.8	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.018	.000		.000	.131	.016	.000	.061	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.266**	.244*	.346**	.427**	.261**	.346**	.530**	1	.175	.169	.079**	.300**	.574**	
Y.9	Sig. (2-tailed)	.007	.015	.000	.000	.009	.000	.000		.082	.093	.434	.002	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.411**	.345**	.362**	.300**	.176	.178	.152	.175	1	.372**	.230*	.304**	.589**	
Y.10	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.081	.076	.131	.082		.000	.021	.002	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.266**	.244**	.346**	.427**	.261**	.346**	.530**	.175	.169	.079**	.300**	.574**		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Y.1	Pearson	.370	.355	.273	.356	.387	.162	.240	.169	.372	1	.177	.292	.587
0	Correlation	**	**	**	**	**	*			**			**	**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	.000	.106	.016	.093	.000		.078	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.1	Pearson	.176	.153	.346	.292	.043	.182	.345	.079	.230	.177	1	.152	.469
1	Correlation			**	**			**	*					**
	Sig. (2-tailed)	.080	.128	.000	.003	.672	.070	.000	.434	.021	.078		.132	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.1	Pearson	.241	.327	.276	.370	.305	.276	.188	.300	.304	.292	.152	1	.580
2	Correlation	*	**	**	**	**	**		**	**	**			**
	Sig. (2-tailed)	.016	.001	.005	.000	.002	.005	.061	.002	.002	.003	.132		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson	.600	.613	.629	.697	.536	.572	.630	.574	.589	.587	.469	.580	1
	Correlation	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH RESPONSIVENESS DAN TANGIBLES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RIAK DANAU PELALAWAN MENURUT EKONOMI ISLAM”** yang ditulis oleh:

Nama : EKO HASAN
 NIM : 11625104174
 Program Studi : Ekonomi Syariah

telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 11 Januari 2021
 Waktu : 08.00 WIB s/d Selesai
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Januari 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Heri Sunandar, MCL

Sekretaris
Rozi Andrini, ME

Penguji I
Jonnius, S., MM

Penguji II
Darnilawati, SE., M.Si

Mengetahui :

Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

: EKO HASAN

: 11625104174

: EKONOMI SYARIAH

: Pengaruh *Responsiveness* Dan *Tangibles* Terhadap Kepuasan

Konsumen Pada Rumah Makan Riak Danau Pelalawan Menurut
Ekonomi Islam

Pembimbing : Nur hasanah Bustam, SE., MM

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 27 Januari 2021

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



EKO HASAN, lahir pada tanggal 18 SEPTEMBER 1997 di OMBILIN SUMATERA BARAT. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara, lahir dari pasangan Bapak Basril dan Ibu Emilia Gusti. Penulis bertempat tinggal di Desa Sorek Satu Kabupaten Pelalawan. Pendidikan penulis yaitu telah menempuh pendidikan formal di SDN 018 Sorek Satu pada tahun 2004 dan selesai pada tahun 2010. Setelah itu melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Pangkalan Kuras pada tahun 2010 dan selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Pangkalan Kuras Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) pada tahun 2013 dan selesai pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2016 sampai dengan 2021.

Dalam masa perkuliahan, penulis telah melaksanakan magang di Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Pekanbaru pada bulan Juli-Agustus 2018 serta telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sesap, Tebing Tinggi Barat, Kepulauan Meranti, Provinsi Riau pada bulan Juli sampai Agustus 2019.